

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGAMBILAN KEPUTUSAN NASABAH DALAM MEMILIH PRODUK BANK SYARIAH DI SURABAYA

Wiwin Priana & Herry Arianto.LW

Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPNV Jatim

ABSTRACT

In this era of globalization, the development of science and technology Concession cards are experiencing rapid progress. Bank's work in Surabaya put new features were any services they Bank, as is done in order Bank in Surabaya can keep the amount of customers and can attract more customers is cold. 'Il Get the cards in front of them is not yet reached the target filter has been in but. Research for this Knowing factors in the decision making incorrect customers choose products in Bank in Surabaya.

Based on the results of the factor analysis with the use of rotation factor (varimax) Acquisition of 3 factors. Factor-factor is the acquisition filter: Facilities outreach component be the first indicator variable 7 is Safe reliable, Halal product, many Branch, Brand Image, Facilities outreach, warranty and Share Results. Space and fuel services both components form 4 indicator variables that satisfy filter Services, Customer Service, Meeting Place and Services Certification and polite.

Keywords: Ease of reach, profit sharing, service satisfy

INTISARI

Dalam era globalisasi, perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi semakin mengalami kemajuan yang pesat. BANK SYARIAH "DI SURABAYA" berusaha untuk menambah fitur-fitur baru pada setiap layanan pada Bank Syariah, hal tersebut dilakukan agar BANK SYARIAH "DI SURABAYA" dapat mempertahankan jumlah nasabah dan bisa menarik nasabah lebih banyak lagi. Permasalahan yang dihadapi oleh mereka adalah belum mencapai target yang telah ditetapkan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan nasabah dalam memilih produk BANK SYARIAH di Surabaya.

Berdasarkan hasil analisis faktor dengan menggunakan rotasi faktor (varimax) diperoleh 3 faktor baru. Faktor-faktor yang diperoleh tersebut adalah : Kemudahan Menjangkau Komponen pertama terbentuk 7 variabel indikator yaitu Aman Terpercaya, Kehalalan Produk, Banyaknya Cabang, Brand Image, Kemudahan Menjangkau, Jaminan dan Bagi Hasil. Ruang dan Tempat Pelayanan Komponen kedua terbentuk 4 variabel indikator yaitu Pelayanan Yang Memuaskan, Customer Service, Ruang dan Tempat Pelayanan dan Kesopanan Karyawan.

Kata kunci : Kemudahan menjangkau, Bagi hasil, Pelayanan memuaskan

PENDAHULUAN

Setelah dilakukan proses pengumpulan data, peneliti menggunakan SPSS (*Statistical Package For Social Science*) 10.0 untuk mendapatkan hasil penelitian. Adapun hasil yang diperoleh dapat dikelompokkan menjadi 3 faktor yaitu : a. Faktor Kemudahan Menjangkau, b. Faktor Ruang dan Tempat Pelayanan, c. Faktor , sebagai faktor-faktor yang dipertimbangkan oleh nasabah dalam memilih produk BANK SYARIAH di Surabaya.

Secara umum pengertian Bank Islam (*Islamic Bank*) adalah bank yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip syariat Islam. Saat ini banyak istilah yang diberikan untuk menyebut entitas Bank Islam selain istilah Bank Islam itu sendiri, yakni Bank Tanpa Bunga (*Interest-Free Bank*), Bank Tanpa Riba (*Lariba Bank*), dan Bank Syari'ah (*Shari'a Bank*). Sebagaimana akan dibahas kemudian, di Indonesia secara teknis yuridis penyebutan Bank Islam mempergunakan istilah resmi "Bank Syariah", atau yang secara lengkap disebut "Bank Berdasarkan Prinsip Syariah". (Anonim, 2010: 4).

Bank syariah di tanah air mendapatkan pijakan yang kokoh setelah adanya diregulasi sektor perbankan pada tahun 1983. Hal ini karena sejak saat itu diberikan keleluasaan penentuan tingkat suku bunga, termasuk nol persen. (atau pemindahan bunga sekaligus). Dengan demikian kesempatan ini belum dimanfaatkan karena tidak diperkenankannya pembukaan kantor bank baru. Hal ini berlangsung sampai tahun 1988 dimana pemerintah mengeluarkan pakto 1988 yang memperkenalkan berdirinya bank-bank baru. Kemudian posisi bank syariah semakin pasti setelah disahkan UU perbankan No. 7 tahun 1999 dimana bank diberikan kebebasan untuk menentukan jenis imbalan yang akan diambil dari nasabahnya baik buanga ataupun keuntungan-keuntungan bagi hasil. Dengan terbitnya PP No 72 tahun 1992 tentang bank bagi hasil secara tegas memberikan batasan bahwa "bank bagi hasil tidak boleh melakukan kegiatan usaha yang tidak berasaskan prinsip bagi hasil (pasal 6). Maka jalan oprasional perbankan syariah semakin luas. Kini titik kulminasi telah dicapai dengan disahkannya UU No. 10 tahun 1998 tentang perbankan yang membuka kesempatan bagi siapa saja yang akan mendirikan bank syariah maupun yang ingin meng konversi dari sistem konvensional menjadi sistem syari'ah. (Muhammad, 2004 : 4).

Fungsi Bank Syariah secara garis besar tidak berbeda dengan bank konvensional, yakni sebagai lembaga intermediasi (*intermediary institution*) yang mengerahkan dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana-dana tersebut kepada masyarakat yang membutuhkannya dalam bentuk fasilitas pembiayaan. Perbedaan pokoknya terletak dalam jenis keuntungan yang diambil bank dari transaksi-transaksi yang dilakukannya. Bila bank konvensional mendasarkan keuntungannya dari pengambilan bunga, maka Bank Syariah dari apa yang disebut sebagai imbalan, baik berupa jasa (*fee-base income*) maupun mark-up atau profit margin, serta bagi hasil (*loss and profit sharing*).

Disamping dilibatkannya Hukum Islam dan pembebasan transaksi dari mekanisme bunga (*interest free*), posisi unik lainnya dari Bank Syariah dibandingkan dengan bank konvensional adalah diperbolehkannya Bank Syariah melakukan kegiatan-kegiatan usaha yang bersifat multi-finance dan perdagangan

(*trading*). Hal ini berkenaan dengan sifat dasar transaksi Bank Syariah yang merupakan investasi dan jual beli serta sangat beragamnya pelaksanaan pembiayaan yang dapat dilakukan Bank Syariah, seperti pembiayaan dengan prinsip murabahah (*jual beli*), ijarah (*sewa*) atau ijarah wa iqtina (*sewa beli*) dan lain-lain.

Kegiatan operasional bank syariah sendiri ditandai dengan berdirinya bank Muamalat Indonesia pada tahun 1992 sebagai bank umum pertama syariah, hadirnya bank muamalat ini secara langsung meningkatkan partisipasi umat islam untuk bermuamalat secara syariah dan turut mengembangkan ekonomi masyarakat kecil. Dengan sistem sesuai syariah islam, Bank Muamalat ternyata mampu melewati krisis ekonomi dan dapat predikat sebagai salah satu bank tersehat di Indonesia, ini membuktikan bahwa ekonomi islam dengan sistem bagi hasil mampu menjawab permasalahan ekonomi yang sedang dihadapi di Indonesia.

Sejalan dengan itu volume dan kegiatan bank syariah meningkat drastis, indikator yang menjadi tolak ukur adalah perkembangan total aset. Jakarta (ANTARA) - Bank Indonesia (BI) mencatat pertumbuhan aset Bank Syariah telah mencapai 80 persen yakni Rp78 triliun dari target yang ditetapkan sebesar Rp97 triliun tahun 2010. "Target pertumbuhan tahun ini kalau bisa aset tumbuh Rp97 triliun. Sekarang masih Rp78 triliun. Tidak tahu bisa tercapai atau tidak," kata Direktur Perbankan Syariah Mulya Siregar di Jakarta, Jumat. Menurut dia, pertumbuhan aset tersebut didorong oleh semakin bertambahnya produk yang dikeluarkan perbankan syariah dan bertambahnya jumlah Bank Umum Syariah yang akan beroperasi di Indonesia. Pada Juni 2010, jumlah bank syariah sudah mencapai 10 bank dengan 1.058 kantor di seluruh Indonesia. Mulya mengatakan rencananya akan bertambah satu lagi Bank Umum Syariah yaitu konversi Maybank Indocorp menjadi Maybank Syariah. Selain itu, ada pula dua investor asing lagi yang menyatakan ketertarikannya ke BI untuk membuat bank syariah di Indonesia. Didasari pemikiran diatas maka perlu diadakan penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan nasabah dalam memilih produk bank syariah di surabaya.

Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang dan data-data yang di sajikan diatas, dapat diambil perumusan masalah sebagai berikut:

“Faktor-faktor apa sajakah yang mempengaruhi pengambilan keputusan nasabah dalam memilih produk tabungan Bank Syariah di Surabaya?”.

Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang dan data-data yang di sajikan diatas, dapat di ketahui tujuan penelitian sebagai berikut:

“Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan nasabah dalam memilih produk tabungan Bank Syariah di Surabaya?”

Landasan Teori

Pengertian Bank

Pengertian bank yang terdapat pada pasal 1UU No. 10 Tahun 1998 tentang perubahan UU NO 7 Tahun 1992 tentang perbankan yakni bank adalah badan usaha yang menghimpun dana masyarakat dalam bentuk kredit dan atau dalam bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Berikut ini di kemukakan beberapa definisi bank dari berbagai sumber lain:

1. "Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak" (Martono, 2002:20).
2. "Bank adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa-jasa dalam lalu lintas dan peredaran uang " (Simorangkir, 2002: 10).
3. "Bank adalah salah satu lembaga keuangan yang bertujuan memberikan kredit, baik dengan alat pembayaran sendiri, dengan uang yang diperoleh dari orang lain, dengan jalan mengedarkan alat-alat pembayaran baru berupa uang giral (Martono, 2002: 20).
4. "Bank adalah suatu badan usaha yang tugas utamanya sebagai lembaga perantara keuangan (*financial intermediaries*), yang menyalurkan dana dari pihak yang berlebihan dana (*idle fund/surplus unit*) kepada pihak yang membutuhkan dana atau kekurangan dana (*deficit unit*) pada waktu tertentu." (Dendawijaya, 2001: 25)

Dari berbagai penjelasan mengenai definisi diatas, maka dapat ditarik kesimpulan definisi bank sebagai berikut: Bank merupakan suatu lembaga keuangan yang berperan dalam menyediakan jasa-jasa penghimpunan dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali kepada masyarakat serta sekaligus berperan penting dalam pembangunan negara melalui mobilisasi dan alokasi dana pembangunan.

Bank yang bertindak sebagai lembaga keuangan memiliki fungsi sebagai penghubung antara pihak kelebihan dana dengan pihak yang membutuhkan dana. Tetapi pada dasarnya bank memiliki tiga fungsi sebagai berikut:

1. Sebagai tempat menyimpan uang, dalam hal ini bank memberikan surat-surat atau selembar kertas dalam bentuk:
 - a) Giro (*demand deposit*)
 - b) Deposito berjangka (*time deposit*)
 - c) Tabungan (*saving deposit*)
2. Sebagai lembaga penyalur kredit. Dalam hal ini bank dapat memanfaatkan uang yang disimpan oleh nasabah, dan kemudian menyalurkannya pada pihak-pihak membutuhkan dana.
3. Sebagai perantara lalu lintas pembayaran. Dalam hal ini bank dapat bertindak sebagai penghubung antara nasabah satu dengan nasabah lainnya saat keduanya melakukan transaksi. Kedua nasabah tersebut tidak secara langsung melakukan pembayaran tetapi cukup memerintahkan pada bank untuk menyelesaikannya.

Dari penjelasan tersebut dapat dikatakan bahwa bank mempunyai fungsi yang sangat luas dalam suatu perekonomian suatu negara, karena bank merupakan

alat untuk menjaga kesetabilan moneter dan keuangan. Bank mempunyai fungsi utama dalam menghimpun dana dan menyalurkan dana kepada masyarakat, dalam hal ini bank berperan juga dalam menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan kesejahteraan hidup rakyat banyak.

Sumber Dana Bank

“Bagi sebuah bank, sebagai suatu lembaga keuangan, dana merupakan persoalan paling utama. Tanpa dana, bank tidak dapat berbuat apa-apa. Dana bank adalah merupakan uang tunai yang dimiliki bank ataupun aktiva lancar yang dikuasai bank dan setiap waktu dapat diuangkan.” (Dendawijaya, 2001: 52)

Uang tunai yang dimiliki bank tidak hanya berasal dari modal bank itu sendiri, tetapi juga berasal dari pihak-pihak lain yang dititipkan atau dipercayakan kepada bank sewaktu-waktu. Dana bank yang digunakan sebagai alat operasional suatu bank bersumber dari, menurut Dendawijaya, dana-dana bank bersumber dari beberapa pihak sebagai berikut:

1. Dana pihak kesatu (dana dari modal bank sendiri)
Dana pihak kesatu adalah dana yang berasal dari pemilik bank atau para pemegang saham, pemegang saham pendiri maupun pihak pemegang saham yang ikut dalam usaha bank tersebut pada waktu pendiriannya.
2. Dana pihak kedua (Dana pinjaman dari bank luar)
Dana pihak kedua adalah dana-dana yang berasal dari pihak luar, yang terdiri atas dana sebagai berikut:

Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Definisi operasional variable adalah segala sesuatu yang menjadi objek pengamatan dalam suatu penelitian yang berdasarkan sifat-sifat atau hal-hal yang didefinisikan dan diamati. Dalam definisi operasional ini hal-hal yang perlu didefinisikan adalah sebagai berikut :

1. Variabel Aman dan terpercaya (X_1)
2. Pelayanan yang Memuaskan (X_2)
3. Kehalalan produk (X_3)
4. Banyaknya produk/jasa (X_4)
5. Banyaknya cabang (X_5)
6. Kecepatan pelayanan (X_6)
7. Customer service (X_7)
8. Brand image (X_8)
9. Kemudahan menjangkau (X_9)
10. Jaminan (X_{10})
11. Akurasi pelayanan (X_{11})
12. Ruang dan tempat pelayanan (X_{12})
13. Lokasi (X_{13})
14. Kesopanan karyawan (X_{14})
15. Bagi Hasil (X_{15})

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data, dalam penelitian ini dilakukan dengan cara :

a. Studi kepustakaan (*Library Research*)

yaitu teknik pengumpulan data dengan telaah atau studi dari berbagai laporan kegiatan penelitian, buku-buku atau literatur-literatur yang berkaitan dengan permasalahan yang ada dalam penelitian ini.

b. Studi lapangan (*Field Research*)

yaitu suatu pengamatan dan pencatatan sistematis dan teratur dilapangan mengenai obyek yang sedang diteliti untuk memperoleh data yang berkaitan dengan permasalahan yang ada dalam penelitian ini. Studi lapangan dilakukan dengan cara :

Dokumentasi, yaitu mencatat dan mengambil data berupa laporan-laporan yang berhubungan dengan masalah yang dibahas dengan menggunakan alat berupa kamera, komputer

Hasil Analisis Faktor

Nilai KMO dan Bartlett's Test

Untuk menentukan variable output pada perhitungan analisis faktor dengan memasukkan variable didapat bahwa hasil KMO Measure of Sampling Adequacy (MSA) sebesar 0,791, dimana nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0,000 atau lebih kecil dari 0,05, seperti terlihat dalam table berikut ini :

Tabel 1. Nilai KMO

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.791
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	850.143
	df	105
	Sig.	.000

Sumber : Hasil Analisis Faktor

Karena angka KMO dan Bartlett's test tersebut sudah diatas 0,5 dan tingkat signifikansi yang muncul jauh dibawah 0,05 maka variable atau atribut yang ada dapat dianalisis lebih lanjut.

MSA (*Measure of Sampling Adequacy*)

Nilai MSA yang dihasilkan berkisar antara 0 (nol) dan 1 (satu) dengan interpretasi jika MSA sama dengan 1 (satu) berarti variable yang diteliti dapat diprediksi tanpa mengalami kesalahan lebih variable lain. Jika nilai MSA berada dinatara 0,5 sampai dengan 1 (satu) berarti variable tersebut dapat diprediksi dan dapat dianalisis lebih lanjut. Pada tabel *Anti Image Matrices* terlihat sejumlah angka yang membentuk diagonal, yang berbeda 'a' yang menandakan besaran MSA sebuah variabel. Tampak bahwa tidak ada variabel yang memiliki MSA di bawah 0,5 dengan demikian tidak ada variabel out nya dan variabel dapat dilanjutkan pada proses selanjutnya, seperti terlihat dalam table berikut ini.

Tabel 2 : Nilai MSA (*Measure of Sampling Adequacy*)

Variabel	Variabel / Atribut	MSA
X ₁	Persepsi terhadap Aman dan Terpercaya	0,816
X ₂	Persepsi terhadap Pelayanan Yang Memuaskan	0,903
X ₃	Persepsi terhadap Kehalalan Produk	0,594
X ₄	Persepsi terhadap Banyaknya Produk / Jasa	0,513
X ₅	Persepsi terhadap Banyaknya Cabang	0,813
X ₆	Persepsi terhadap Kecepatan Pelayanan	0,765
X ₇	Persepsi terhadap Customer Service	0,831
X ₈	Persepsi terhadap Brand image	0,829
X ₉	Persepsi terhadap Kemudahan menjangkau	0,823
X ₁₀	Persepsi terhadap Jaminan	0,891
X ₁₁	Persepsi terhadap Akurasi pelayanan	0,789
X ₁₂	Persepsi terhadap Ruang dan tempat pelayanan	0,803
X ₁₃	Persepsi terhadap Lokasi	0,650
X ₁₄	Persepsi terhadap Kesopanan karyawan	0,743
X ₁₅	Persepsi terhadap Bagi Hasil	0,842

Sumber : Hasil Analisis Faktor,

Berdasarkan table tersebut terlihat dari 15(delapan) variable, semua variable mempunyai nilai MSA lebih dari 0,5. Maka analisis faktor dapat dilanjutkan untuk menentukan pengelompokan variable-variabel tersebut ke dalam suatu faktor tertentu.

Nilai *Communality*

Communality pada dasarnya merupakan jumlah varians (perubahan atau variasi yang mungkin terjadi) dari suatu variable yang dipengaruhi faktor yang akan terbentuk.

Component Matrix

Seperti telah disebutkan sebelumnya bahwa diperoleh hasil yang optimal hanya terdapat pada empat component atau faktor yang terbentuk, maka langkah atau proses terakhir dalam analisis faktor ini adalah mengidentifikasi table matriks komponen (component matrix) seperti yang ditunjukkan dalam table 3.

Fungsi dari matriks komponen adalah untuk menguraikan dan menjelaskan distribusi dari kelima belas variabel yang diteliti kedalam tiga faktor yang terbentuk. Angka-angka yang terdapat dalam table matriks komponen diatas merupakan angka faktor loadings, yang menunjukkan besarnya korelasi antara masing-masing variable dengan faktor yang akan terbentuk, sehingga akan diketahui suatu variable ikut mengelompok pada faktor yang sama. Untuk menentukan suatu variable atau atribut masuk kedalam kelompok faktor yang mana, maka dilakukan dengan membandingkan nilai korelasi variable tersebut terhadap ketiga faktor yang akan terbentuk

Tabel. 3 : Matriks Component

Component Matrik

	Component		
	1	2	3
X1	.681	-.305	.016
X2	.785	.120	-.140
X3	.347	-.754	.047
X4	.274	.382	.656
X5	.683	-.402	.191
X6	.529	.538	.117
X7	.676	.426	-.246
X8	.744	-.419	-.003
X9	.715	-.330	.372
X10	.782	-.210	-.238
X11	.661	.461	.211
X12	.664	.389	-.270
X13	.518	.358	.372
X14	.467	.377	-.550
X15	.544	-.444	-.177

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 3 components extracted.

Sumber : Hasil Analisis Faktor,

Untuk mempermudah dalam analisis hasil faktor loadings dari masing-masing variable yang diteliti maka dalam table tersebut nilai faktor loading yang dihasilkan telah durutkan dari yang terbesar menuju yng terkecil untuk masing-masing faktor.

Untuk menerangkan suatu variable ikut pada kelompok faktor yang mana, dalam kasus ini adalah sebagai berikut untuk variable X_1 yaitu persepsi Aman dan terpercaya, secara singkat dapat diterangkan sebagai berikut :

1. Korelasi antara variabel X_1 dengan faktor 1 adalah sebesar + 0,681
2. Korelasi antara variable X_1 dengan faktor 2 adalah sebesar – 0,305
3. Korelasi antara variable X_1 dengan faktor 3 adalah sebesar + 0,016

Nilai faktor loadings yang terbesar dari variable X_1 berada pada component 1, dimana nilai korelasi antara variable X_1 dengan faktor 1 adalah sebesar +0,681, maka variable X_1 mengenai Aman dan Terpercaya dapat dimasukan ke dalam faktor 1.

Dengan cara yang sama dapat diperoleh nilai faktor loadings masing-masing variable yang menunjukkan korelasi antara variable yang bersangkutan dengan faktor yang terbentuk.

Rotated Component Matrix

Proses terakhir dalam analisis faktor adalah mengidentifikasi rotasi matriks komponen yang dihasilkan oleh analisis faktor. Seperti yang telah disebutkan sebelumnya bahwa rotasi matriks komponen ini diperlukan karena

adanya korelasi yang hampir sama antara variable dengan salah satu diantara kedua faktor yang terbentuk, sehingga akan terjadi kesulitan pengelompokkan variable ke dalam salah satu dari ke tiga faktor yang terbentuk.

Table. 4 : Rotasi Matriks Komponen

Rotated Component Matrix			
	Component		
	1	2	3
X1	.696	.233	.136
X2	.457	.610	.263
X3	.780	-.215	-.191
X4	-.025	-.050	.805
X5	.779	.074	.226
X6	.002	.516	.563
X7	.156	.771	.285
X8	.819	.222	.091
X9	.765	.018	.415
X10	.680	.499	.025
X11	.156	.496	.651
X12	.172	.759	.243
X13	.141	.258	.670
X14	.020	.812	-.059
X15	.682	.200	-.136

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 5 iterations.

Sumber : Hasil Analisis Faktor,

Matriks komponen hasil proses rotasi tersebut memperlihatkan distribusi atau pengelompokan variable yang lebih jelas dan nyata. Sebagai contoh adalah pada variable X_1 yaitu Persepsi Aman dan Terpercaya dapat diterangkan sebagai berikut :

1. Korelasi antara variable X_1 dengan faktor 1 adalah + 0,696
2. Korelasi antara variable X_1 dengan faktor 2 adalah + 0,233
3. Korelasi antara variable X_1 dengan faktor 3 adalah + 0,136

Dari proses rotasi nilai faktor loadings dari variable X_1 mengenai Aman dan Terpercaya yang terbesar berada pada komponen 1 (faktor 1), dimana nilai korelasi antara variable X_1 dengan faktor 1 adalah sebesar + 0,696 dimana nilai faktor loadings tersebut sangat jauh lebih besar daripada nilai korelasi antara variable X_1 dengan faktor yang lain.

Oleh karena itu, maka variable X_1 tersebut dimasukkan ke dalam faktor 1. Dengan cara yang sama dapat diperoleh nilai loading factors masing –masing variable yang menunjukkan korelasi antara variable yang bersangkutan dengan faktor yang terbentuk

Penyusunan Nama Faktor Yang Terbentuk

Dari analisa faktor yang telah dilakukan diperoleh hasil bahwa sampai dengan tahapan rotasi tidak ada satupun variable yang dikeluarkan karena kelima belas variable yang diteliti mempunyai nilai faktor loadings lebih besar dari 0,5. Sementara itu analisis faktor yang dilakukan berhasil mereduksi 15 (lima belas) variable yang diteliti menjadi 3 faktor utama yang menjadi pertimbangan keputusan nasabah dalam memilih produk bank syariah di Surabaya.

Pemberian nama konsep pada kedua faktor yang terbentuk dari penelitian dilakukan berdasarkan indikator yang mengelompok pada masing-masing faktor tersebut. Nama faktor berpedoman pada nama variable yang memiliki faktor loading terbesar pada faktor tersebut.

Besarnya faktor loading mencerminkan urutan variable dalam suatu faktor yang menjadi perhatian responden. Untuk lebih jelasnya, hasil analisis faktor selengkapnya dan pemberian nama faktor yang terbentuk dijelaskan sebagai berikut

Table : Nilai Faktor Loading

Komponen	Eigen Value	% of Variance	Comm ulative	Faktor Pembentuk	Nilai Loading
1 (Kemudahan Menjangkau)	5,815	38,768	38,768	Aman dan Terpercaya (X1) Kehalalan Produk (X3) Banyaknya Cabang (X5) Brand Image (X8) Kemudahan Menjangkau (X9) Jaminan (X10) Bagi Hasil (X15)	0,696 0,780 0,779 0,819 0,765 0,680 0,682
2 (Ruang dan Tempat Pelayanan)	2,616	17,441	56,209	Pelayanan yang Memuaskan (X2) Customer Service (X7) Ruang dan Tempat Pelayanan (X12) Kesopanan Karyawan (X14)	0,610 0,771 0,759 0,812
3 (Banyaknya Produk/Jasa)	1,347	8,980	65,189	Banyaknya Produk / Jasa (X4) Kecepatan Pelayanan (X6) Akurasi Pelayanan (X11) Lokasi (X13)	0,805 0,563 0,651 0,670

Sumber : Hasil Analisis Faktor,

Pembahasan Hasil Penelitian

Dengan melihat hasil interpretasi hasil pengolahan data diatas dapat diketahui perilaku nasabah dalam memilih produk bank syariah di Surabaya. Ada 3 faktor yang mempengaruhi pemilihan produk bank syariah di Surabaya yaitu :

Pertama : Faktor Aman Terpercaya, Kehalalan Produk, Banyaknya Cabang, Brand Image, Kemudahan Menjangkau, Jaminan dan Bagi Hasil. Faktor Kemudahan menjangkau masih menjadi faktor atau daya tarik tersendiri bagi nasabah dalam mengambil produk tabungan pada bank syariah di Surabaya. Hal ini dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pimpinan bank terutama bank syariah

dapat lebih memperhatikan Kemudahan menjangkau Bank Syariah dengan persentase yang paling besar terhadap nasabah. Misalnya kemudahan dalam menjangkau bagi para nasabah untuk memperoleh segala bentuk pelayanan dari Bank Syariah.

Kedua : Faktor Pelayanan Yang Memuaskan, Customer Service, Ruang dan Tempat Pelayanan dan Kesopanan Karyawan. masih menjadi faktor atau daya tarik tersendiri bagi nasabah dalam mengambil produk tabungan pada bank syariah di Surabaya. Hal ini dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pimpinan bank terutama bank syariah dapat lebih memperhatikan Ruang dan tempat pelayanan . Misalnya dengan ruangan yang selalu bersih, nyaman, dan aman serta sikap karyawan yang selalu sopan dan tersenyum akan membuat nasabah lebih tertarik untuk mengambil produk tabungan pada bank syariah tersebut.

Ketiga : Faktor Banyaknya Produk / Jasa, Kecepatan Pelayanan, Akurasi Pelayanan, dan Lokasi. Hal ini menjadi bahan pertimbangan agar Bank Syariah untuk memperbanyak inovasi dan jasa yang beragam agar lebih memudahkan nasabah dalam melakukan kegiatan transaksi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data maka dapat dibuat kesimpulan penelitian sebagai berikut :

1. Pada perhitungan analisis faktor dengan memasukan 15 variabel didapat hasil KMO *Measure of Sampling Adequacy* (MSA), sudah diatas 0,5 dan tingkat signifikansi yang muncul jauh dibawah 0,05 maka variable atau atribut yang ada dapat dianalisis lebih lanjut.
2. Berdasarkan hasil analisis faktor dengan menggunakan rotasi faktor (varimax) diperoleh 3 faktor baru.
3. Faktor-faktor yang diperoleh tersebut adalah :
 - a. Kemudahan Menjangkau
Komponen pertama terbentuk 7 variabel indicator yaitu Aman Terpercaya, Kehalalan Produk, Banyaknya Cabang, Brand Image, Kemudahan Menjangkau, Jaminan dan Bagi Hasil.
 - b. Ruang dan Tempat Pelayanan
Komponen kedua terbentuk 4 variabel indicator yaitu Pelayanan Yang Memuaskan, Customer Service, Ruang dan Tempat Pelayanan dan Kesopanan Karyawan.
 - c. Banyaknya Produk / Jasa
Komponen ketiga terbentuk 4 variabel indicator yaitu Banyaknya Produk / Jasa, Kecepatan Pelayanan, Akurasi Pelayanan, dan Lokasi.

2. Saran

Sebagai bagian akhir dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti, maka peneliti dapat memberikan saran yang diharapkan dapat dipergunakan sebagaimana mestinya oleh pihak-pihak yang berkepentingan, diantaranya sebagai berikut :

Perbankan merupakan salah satu penyedia jasa yang selalu menjadi pilihan nasabah untuk menanamkan uangnya. Karena semakin banyaknya

persaingan dalam melayani nasabah, Bank Syariah di Surabaya harus mempertimbangkan faktor-faktor yang terdapat dalam penelitian ini. Penelitian ini memperlihatkan faktor-faktor yang menjadikan seorang menjadi nasabah Bank Syariah di Surabaya. Sehingga nasabah harus mendapatkan jaminan dan pelayanan yang memuaskan serta dari pihak Bank Syariah harus menambah cabang-cabang diberbagai daerah dengan lokasi yang sesuai atau strategis bagi konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Muhammad, 2004. *Manajemen Dana Bank Sayariah*, Penerbit EKONISIA, Kampus Fakultas Ekonomi UI Condongcatur, Depok, Sleman, Yogyakarta.
- Anonim. *Surat Edaran Bank Indonesia No. 7/10/DPNP.spesial adition 2008*. Perihal perbankan syariah 2008: evaluasi, trend, dan proyeksi .(<http://www.bi.go.id>)
- _____.*Surat Edaran Bank Indonesia No. 7/10/DPNP.spesial adition 2008*. Perihal perbankan syariah 2008: evaluasi, trend, dan proyeksi .(<http://www.bi.go.id>)
- _____.*Surat Edaran Bank Indonesia No. 7/10/DPNP.spesial adition 2010*. Perihal pertumbuhan aset perbankan syariah meningkat 80%, 27/agustus/ 2010: (<http://www.bi.go.id>)
- Budisantoso dan Triandaru. 2006. *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*. Edisi 2. Salemba Empat. Jakarta.
- Dendawijaya, Lukman , 2003. *Manajemen Perbankan* , Penerbit Ghalia Indonesia:Jakarta
- Drs.O.P. Simongkir. 2004. *Lembaga Keuangan Bank dan Nonbank*, Penerbit Ghalia Indonesia: Jakarta
- Totok Budisantoso ,2006. *Bank dan lembaga keuangan lainnya*, Penerbit salemba empat. jl. Wijaya 2, Jakarta
- Mervvyn Lewis dan latifa Algaoud, 2001. *Perbankan syariah*, Penerbit PT. Serambi ilmu semesta : Jakarta
- Ascarya, 2007. *Akad dan Produk Bank Syariah*, Penerbit PT. Raja Grafindo Persada : jakarta
- Heri Sudarsono, 2003. *Bank & Lembaga Keuangan Syari'ah Deskripsi dan Ilustrasi*, edisi pertama, Penerbit Ekonisia : yogyakarta
- Antonio, 2001, *Bank Syariah*, Dari Teori ke Praktik, Penerbit Gema Insani Press, Jakarta
- FR. Hariyanto, PO1600014, *Wajah Perbankan Indonesia*, Kartajaya, Hermawan, Marketing 2000
- Sawaldjo Puspoprano, 2004, *Keuangan Perbankan D*